

**PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
ROMA DI KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**INEZELLA MAHESWARI
18012010315/FEB/EM**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2024

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
ROMA DI KABUPATEN SIDOARJO**

Disusun Oleh :

INEZELLA MAHESWARI
18012010315 / FEB / EM

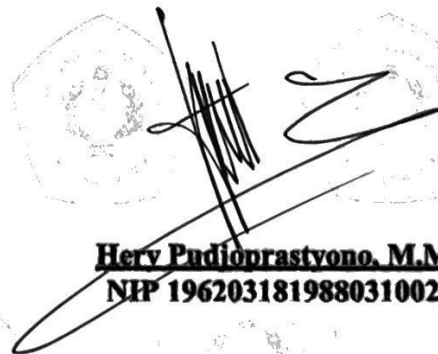
**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 12 Januari 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama



Herv Pudioprastyono, M.M
NIP 196203181988031002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



22 JAN 2024

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001



**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS
KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Inezella Maheswari
NPM : 18012010315
NIK : 3515105812990002
Tempat/Tanggal Lahir : Sidoarjo, 18 Desember 1999
Alamat : Perumahan Citra Garden blok C2 no 16 Sidoarjo
Judul Artikel : PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ROMA DI
KABUPATEN SIDOARJO

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 16 Januari 2024
yang menyatakan,



Inezella Maheswari

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, ridho, lindungan, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Roma Di Kabupaten Sidoarjo”**. Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan tingkat sarjana (S-1) pada Jurusan manajemen, Fakultas ekonomi dan bisnis , Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu terselesainya Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, padakeempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof.Dr. Ir.Akhmad Fauzi,MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Dra. EcTri Kartika Pertiwi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Wiwik Handayani,S.E.,M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono., M.M. selaku dosenpembimbing skripsi
5. Segenap dosen dan staff Program Studi manajemen Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang berguna.
6. Kedua orang tuaku tercinta dan saudara, yang telah memberikan doa dan semangatnya.

7. Segenap teman-teman mahasiswa Angkatan 2018 fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membahu-membahu dalam melewati masa-masa perkuliahan
8. Terima kasih kepada pihak-pihak lainnya yang telah membantuk kelancaran dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca yang sifatnya membangun. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan khususnya bagi para generasi penerus Program Studi manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Penulis

Inezella Maheswari

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAK	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.2 Pengertian Merek.....	12
2.2.3 Pengertian Citra Merek	13
2231 Fakor-Faktor Pembentuk Citra Merek	14
2232 Indikator Citra Merek	15
2.2.4 Inovasi Produk	16
2241 Faktor Inovasi produk	16

2242	Indikator Inovasi Produk	17
2.2.5	Pengertian Minat Beli Ulang	18
2251	Faktor Minat Beli Ulang	19
2252	Indikator Minat Beli Ulang	20
2.3	Hubungan antar Variabel Penelitian	21
2.3.1	Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	21
2.3.2	Hubungan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang	22
2.4	Kerangka Konseptual	24
2.5	Hipotesis	24
BAB III		25
METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.1.1	Definisi Operasional	25
3.1.2	Pengukuran Variabel	29
3.2	Teknik Penentuan Sampel	29
3.2.1	Populasi	29
3.2.2	Sampel	30
3.3	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1	Jenis Data	31
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	31
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	31
3.4.1	Uji Validitas	32
3.4.2	Uji Reliabilitas	32
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	32
3.5.1	Teknik Analisis Data	32

3.5.2	Cara Kerja SmartPLS	33
3.5.3	Model Spesifikasi SmartPLS.....	34
3.5.4	Langkah– Langkah SmartPLS.....	36
BAB IV		39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.2	Deskripsi Penelitian	40
4.3	Analisis Data	44
4.4	Pembahasan	51
BAB V.....		53
KESIMPULAN DAN SARAN.....		53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran	53
DAFTAR PUSTAKA		54
LAMPIRAN.....		57
DAFTAR TABEL		
Tabel1.1	Top Brand Index.....	3
Tabel3.1	Ketentuan Uji Validitas dan Reliabilitas	35
Tabel4.1	Resonden Berdasarkan Pembelian	40
Tabel4.2	Responden Berdasarkan Domisili.....	40
Tabel4.3	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	41
Tabel4.4	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Inovasi Produk	42
Tabel4.5	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Minat Beli Ulang	43
Tabel4.6	Outer Loading antara Indikator dengan Variabel	45

Tabel4.7 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	46
Tabel4.8 Validitas Diskriminan.....	47
Tabel4.9 Uji Reliabilitas	47
Tabel4.10 Uji Ketepatan Model	48
Tabel4.11 Uji Hipotesis	49
DAFTAR GAMBAR	
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Diagram Jalur	38
Bagan 4.1 Hasil Pengujian Model SmartPLS	44

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ROMA DI KABUPATEN SIDOARJO

Inezella Maheswari

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan inovasi produk terhadap minat beli ulang Produk Roma di Kabupaten Sidoarjo. Masalah difokuskan pada citra merek dan inovasi produk dalam merek Roma. Metode penelitian kuantitatif. Menggunakan skala likert dan teknik pengambilan sampel Non-probability sampling. Alat ukur yang digunakan adalah citra merek, inovasi produk dan minat beli ulang total sampel 100 pelanggan produk Roma di Kabupaten Sidoarjo dan dilakukan analisis secara kuantitatif dengan alat analisis SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek dan inovasi produk terhadap minat beli ulang produk Roma di Kabupaten Sidoarjo yang artinya jika citra merek dan Inovasi produk ditingkatkan, maka minat beli ulang juga akan meningkat sebaliknya jika citra merek dan inovasi produk menurun, maka minat beli ulang juga akan menurun. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa meneliti selain variabel yang tertera pada penelitian ini seperti Promosi , Brand Awareness , Kualitas Produk, dan Personal Selling.

Kata Kunci: Citra Merek; Inovasi Produk; Minat Beli Ulang